L'Agence ViniFera

9 rue Louis Courtois de Viçose – Bât A – Boîte 11– 31100 Toulouse
42 rue Faubourg du Temple – 75011 Paris
Tél : +33 (0)5 34 55 88 06 – Fax : + 33 (0)5 81 10 01 33

QUELLE HIERARCHISATION POUR LES VINS ?

Regards croisés sur la problématique des vins méditerranéens.

IXème journée technique Vino Latino

Castelnau Le Lez, le 4 Avril 2012 : Une salle comble (comptant plus de 200 professionnels) au domaine de Verchant près de Montpellier a attesté le 4 avril dernier de l'intérêt majeur de la question de la hiérarchisation des vins dans un contexte de réforme européenne et de concurrence internationale toujours plus vive. Un après-midi dense qui s'est déroulé entre des présentations pédagogiques offrant des clés de réflexion (parfois nouvelles) et des analyses plus engagées de professionnels passionnés (parfois contradictoires). Cette 9ème journée technique de Vino Latino orchestrée par son président Jean Natoli a marqué sans aucun doute une étape importante pour tous les acteurs languedociens dans leur compréhension des enjeux d'un système qui, loin de se révéler parfait, fait partie intégrante de notre patrimoine viticole.

Et c'est avec raison et non sans ironie que Jean Natoli a rappelé le réflexe de la hiérarchisation qui anime le marché du vin depuis toujours. Tout d'abord par les prix avec la pyramide classique dont celle des vins du Languedoc qui montre encore une atrophie du sommet en comparaison avec l'offre française, puis par les notations de quelques critiques souverains. Il est possible également de modéliser une classification selon le degré de technologie perçue (des vins industriels aux vins nature) ou selon les plaisirs de dégustation (les tubes d'Hervé Bizeul). Toujours est-il qu'en absence de hiérarchisation, il s'est trouvé un club de vénérables amateurs écossais pour établir un classement des crus du Languedoc. Bref, la tendance naturelle du système est bien de classifier, évaluer, positionner.

Qu'en est-il donc de la hiérarchisation de l'AOC Languedoc lancée en 2007 par l'INAO ?

1ère Partie :
La hiérarchisation : mode d'emploi.

Etat des lieux et perspectives : la vision de l'INAO.
Jean-Benoît Cavalier, producteur en Pic-Saint Loup, Président de l'appellation d'origine contrôlée Languedoc et également président du comité régional de l'INAO.

Jean-Benoît Cavalier a tout d'abord souligné l'immense travail de restructuration des appellations d'origine languedocienne et roussillonnaise qui a eu lieu ces dix dernières années. En effet à la création de l'appellation « socle » Languedoc a répondu la nécessité de repositionner toutes les appellations au sein du Languedoc, avec les modifications inhérentes aux délimitations (comme à Fitou par exemple) et aux décrets. Cette évolution très rapide a également été dictée par le nécessaire rapprochement entre les législations européennes et françaises aboutissant à la modification des signes de qualité existants (passage aux AOP, IGP et Vins sans indication géographique).

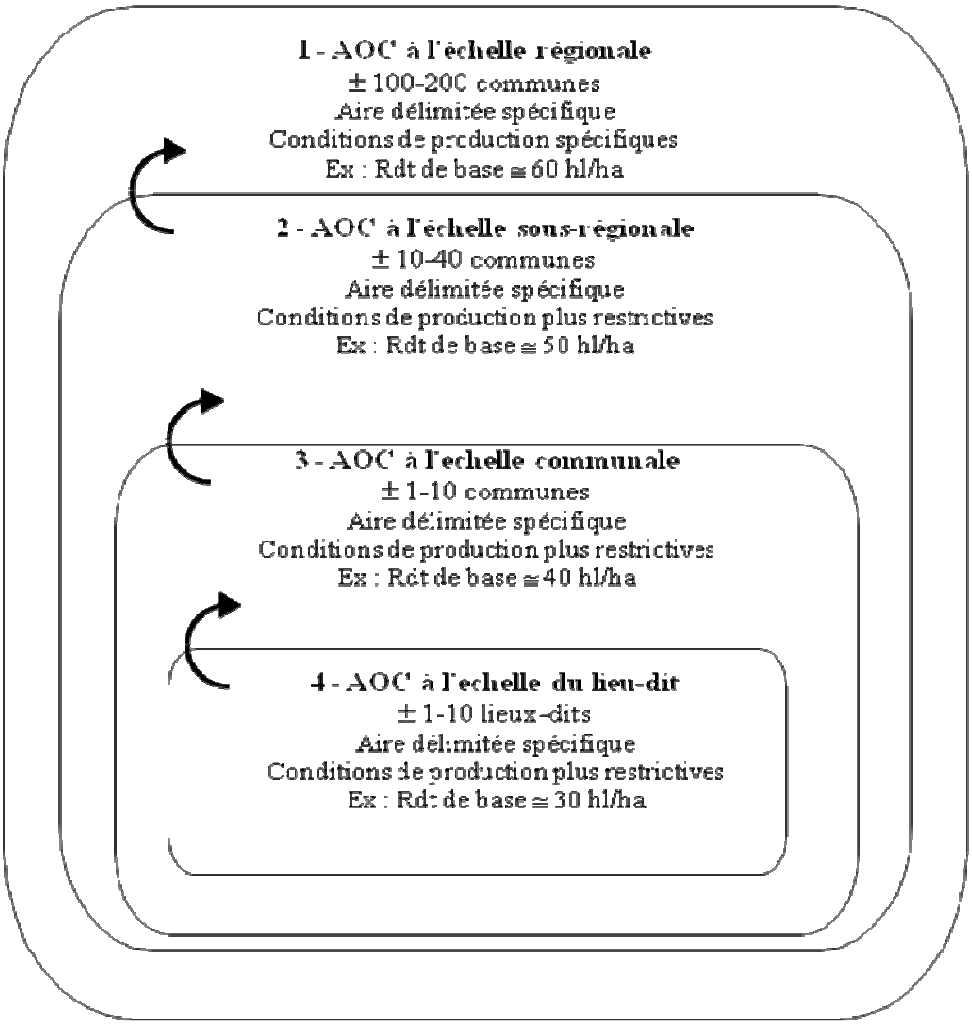
L'Agence ViniFera

9 rue Louis Courtois de Viçose – Bât A – Boîte 11– 31100 Toulouse
42 rue Faubourg du Temple – 75011 Paris
Tél : +33 (0)5 34 55 88 06 – Fax : + 33 (0)5 81 10 01 33

M. Cavalier a définit chaque étage de la structure pyramidale des appellations (AOC régionale, sous-régionale, communale, lieu-dit) qui se structurent autour de deux grands critères : délimitation géographique (d'un terroir reconnu) et rendement à l'hectare. Il a rappelé que les critères de catégorisation, loin d'être des choix administratifs arbitraires, prennent naissance dans les usages et pratiques des vignerons et qu'ils aboutissent à une pyramide évolutive et non figée dans le temps.

Si M. Cavalier reconnaît que la hiérarchisation est incompréhensible pour le consommateur, elle est néanmoins un vecteur de notoriété et de reconnaissance incontestable à l'international. Elle doit être conçue comme un outil de communication entre le producteur et le consommateur et refléter l'ambition que le collectif a pour elle.

Orientation du comité national en matière d'organisation et de hiérarchisation des AOC


1 - AOC à l'échelle régionale
± 100-200 communes
Aire délimitée spécifique
Conditions de production spécifiques
Ex : Rdt de base ≅ 60 hl/ha
2 - AOC à l'échelle sous-régionale
± 10-40 communes
Aire délimitée spécifique
Conditions de production plus restrictives
Ex : Rdt de base ≅ 50 hl/ha
3 - AOC à l'échelle communale
± 1-10 communes
Aire délimitée spécifique
Conditions de production plus restrictives
Ex : Rdt de base ≅ 40 hl/ha
4 - AOC à l'échelle du lieu-dit
± 1-10 lieux-dits
Aire délimitée spécifique
Conditions de production plus restrictives
Ex : Rdt de base ≅ 30 hl/ha

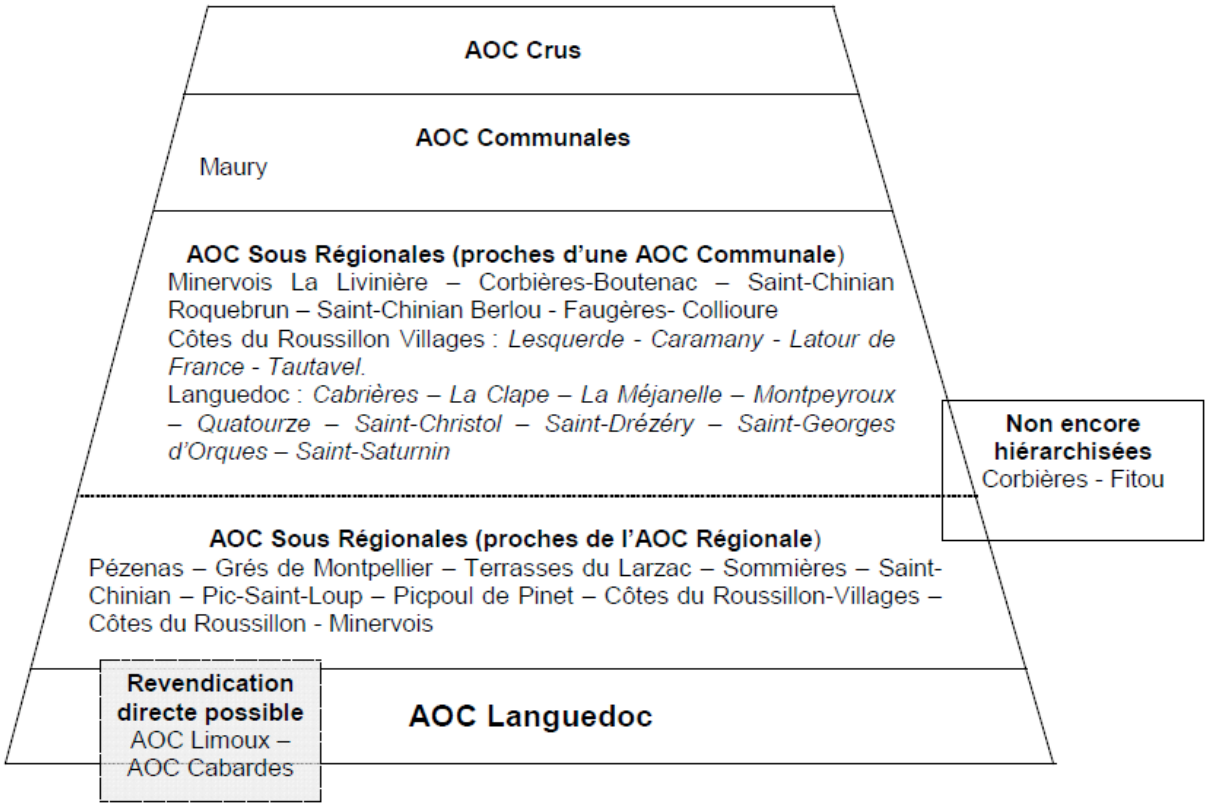
Vino Latino – 38 Avenue de Grande Bretagne – 66000 PERPIGNAN
Tél : 04 68 34 64 45 / Fax : 04 68 34 44 99 – www.vinolatino.fr / contact@vinolatino.fr

L'Agence Vinifera – 42 rue Faubourg du Temple – 75 011 PARIS
Tél : 05 34 55 88 06 / Fax : 05 81 10 01 33 – www.lagencevinifera.fr / www.autrementvin.com
Contact presse : Victorine CRISPEL – v.crispel@lagencevinifera.fr / 06 09 84 97 14

L'Agence ViniFera

9 rue Louis Courtois de Viçose – Bât A – Boîte 11– 31100 Toulouse
42 rue Faubourg du Temple – 75011 Paris
Tél : +33 (0)5 34 55 88 06 – Fax : + 33 (0)5 81 10 01 33

Organisation hiérarchique AOC Languedoc 2011


AOC Crus
AOC Communales
Maury
AOC Sous Régionales (proches d'une AOC Communale)
Minervois La Livinière – Corbières-Boutenac – Saint-Chinian Roquebrun – Saint-Chinian Berlou - Faugères- Collioure
Côtes du Roussillon Villages : Lesquerde - Caramany - Latour de France - Tautavel.
Languedoc : Cabrières – La Clape – La Méjanelle – Montpeyroux – Quatourze – Saint-Christol – Saint-Drézéry – Saint-Georges d'Orques – Saint-Saturnin
Non encore hiérarchisées
Corbières - Fitou
AOC Sous Régionales (proches de l'AOC Régionale)
Pézenas – Grés de Montpellier – Terrasses du Larzac – Sommières – Saint-Chinian – Pic-Saint-Loup – Picpoul de Pinet – Côtes du Roussillon-Villages – Côtes du Roussillon - Minervois
Revendication directe possible
AOC Limoux – AOC Cabardes
AOC Languedoc

<u>Segmentation ou hiérarchisation du marché des vins ?</u>

Sarah Lumbroso, étudiante en Master spécialisé en politique publique et en stratégie pour l'environnement à Montpellier Sup Agro.

Au sein de FranceAgriMer et en partenariat avec l'IFV, Sarah Lumbroso a eu pour mission d'étudier la potentialité de création d'un observatoire des segments de marché afin de mieux orienter la production de vins par rapport à une cible donnée. Cette étude devait pouvoir aboutir à la définition d'un cahier des charges de l'observatoire.
La question de l'adéquation d'une hiérarchisation de l'offre par rapport à une segmentation marketing basée sur les attentes de consommateurs est posée. Le décalage est évident. Comment le combler ?
Une enquête sur le terrain et notamment sur le marché américain a mis par exemple en évidence l'importance des occasions de consommation dans les critères de choix.
La deuxième approche de Sarah Lumbroso dans son étude a été le cadrage quantitatif des marchés c'est à dire la construction d'un outil de partage des données afin d'éviter la dispersion des ressources. Le but étant aussi d'avoir un outil évolutif pour repérer les nouveaux marchés.

Vino Latino – 38 Avenue de Grande Bretagne – 66000 PERPIGNAN
Tél : 04 68 34 64 45 / Fax : 04 68 34 44 99 – www.vinolatino.fr / contact@vinolatino.fr

L'Agence Vinifera – 42 rue Faubourg du Temple – 75 011 PARIS
Tél : 05 34 55 88 06 / Fax : 05 81 10 01 33 – www.lagencevinifera.fr / www.autrementvin.com
Contact presse : Victorine CRISPEL – v.crispel@lagencevinifera.fr / 06 09 84 97 14

En conclusion, elle nous a montré que la segmentation et la hiérarchisation sont deux notions distinctes, et a terminé en expliquant que la hiérarchisation est négative à partir du moment où elle induit un jugement de valeur alors que la démarche marketing de segmentation dit que chaque vin est bon pour un marché spécifique. Il faut donc selon elle mieux orienter les profils produits en connaissant mieux les consommateurs.

Les classements de Bordeaux sont-ils de bons reflets du terroir ?

Olivier Tregoat est agronome et œnologue, spécialiste de la cartographie des terroirs. Il a effectué une thèse sur les sols des 8 premiers crus bordelais, c'est donc en expert avisé qu'il a apporté une vision géographiquement différente au débat.

L'histoire porte parfois en elle des enseignements qui peuvent interpeller le présent. Celle du classement des vins du Médoc de 1855 est intéressante à plusieurs titres. Tout d'abord parce qu'il provient de l'initiative, lors de l'exposition universelle de 1855, des courtiers bordelais et non des producteurs. Ensuite, il a été élaboré sur l'historique des prix des vins sur 40 ans, aboutissant à une définition de territorialité et une structure en 5 classes. Et si l'analyse du terroir n'y est nullement intervenue, le classement de Bordeaux est-il donc un bon reflet du terroir bordelais ?

Pour y répondre, il a exploré les sols de la plupart des grands domaines classés par rapport à des critères connus de définition d'un grand terroir viticole. Les différences de potentialité viticole entre les différentes catégories du classement sont indéniables selon lui. Il souligne par ailleurs que les techniques œnologiques étant balbutiantes à l'époque, la qualité des terroirs prédominait dans la qualité des vins et donc sur leur prix.

Dans une deuxième partie il a abordé le classement des vins de Saint-Emilion. De la même manière il a retracé sa genèse ainsi que les critères retenus. Contrairement au précédent, ce classement a subi diverses révisions dont celle de 2006 qui a entrainé un imbroglio judiciaire interminable. Cette révision, sur la demande de nombreux détracteurs, a finalement été annulée car certains critères de sélection ont été remis en cause. On se tourne ainsi vers une nouvelle révision au cours de cette année 2012. Mais encore une fois, les critères retenus font débat notamment dans leur ventilation. Le classement est, en fait, basé pour une grande partie sur la dégustation alors que la notoriété et les potentialités viticoles sont mises au second plan. Concours de dégustation ou classement objectif ? La polémique continue de diviser les producteurs et démontre la gageure que peut constituer une démarche de classement.

Quelques cas de hiérarchisation des vins du Languedoc : logique et paradoxe.

A travers cette intervention, Stéphanie Prabonnaud, œnologue chez Natoli & Coe, a exposé des éléments plus régionaux issus de son expérience de terrain.

Dans la première partie de son exposé elle a fait un bref historique de l'évolution des appellations d'origine contrôlée régionales en insistant sur le fait qu'il existe une légitimité ancienne avec notamment les AOC Fitou et AOC Clairette du Languedoc créées en 1948. Depuis, beaucoup de choses ont évolué jusqu'au socle de la pyramide actuelle qui a été mis en place en 2007 avec l'AOC régionale Languedoc.

Elle a ensuite posé deux questions importantes issues des problèmes de terrain qu'elle a pu rencontrer :

- Comment ajuster la hiérarchisation actuelle sur des classifications antérieures (notoriété, climat, sol, etc.) ?
- La relation sol/climat a été choisie comme prépondérante dans le classement mais qu'en est-il alors du révélateur de potentialité qu'est le vigneron ?

Pour illustrer ses questionnements, elle a cité des exemples de terrain tels que la nécessité nouvelle dans les cahiers des charges pour un cépage comme le Mourvèdre d'être palissé alors qu'il se comporte très bien quand il est conduit en gobelet et cela depuis des décennies.
La hiérarchisation fait maintenant partie du paysage languedocien mais selon Mme Prabonnaud la visibilité passera par les volumes vendus sur les marchés. Cette finalité nécessite de vrais efforts de communication en interne et en externe vers les consommateurs.

L'œnologie contre le terroir ?
C'est Marc Dubernet, directeur du laboratoire Dubernet, qui a essayé de répondre à cette question controversée d'actualité.

Pascal Ribéreau Gayon, auteur de l'ouvrage posthume « Histoire de l'œnologie à Bordeaux » écrivait : «Le vin est l'articulation entre facteurs naturels et facteurs humains qui ne sont pas contradictoires, mais complémentaires. Les premiers sont nécessaires, sinon souhaitables, mais les seconds sont indispensables pour les mettre en valeur ». Marc Dubernet définit les facteurs humains comme le savoir-faire, la sensibilité et la passion… Et de l'œnologue d'affirmer l'importance de l'art du vigneron dans l'élaboration du vin.

Le terroir est défini comme « un endroit propice pour la culture de la vigne où la conjonction du climat, du sol, de l'exposition permet à un cépage donné de conduire à des vins d'une qualité, d'une authenticité et d'une personnalité qui ne sera reconductible nulle par ailleurs au monde. »

Et si l'œnologie telle qu'elle a été définie par ses fondateurs, Pasteur et Gabriel Bertrand, est une science faite pour accompagner le terroir et en favoriser son expression, Marc Dubernet fait le constat : « oui, il peut y avoir des zones de conflit ».

Il dénonce une tendance « rousseauiste » de l'apologie du « laisser-faire la nature » et du rejet de la science et du progrès. Une certaine « tyrannie du terroir » peut aussi aboutir à des cadres règlementaires restrictifs provenant de la volonté protectionniste des producteurs eux-mêmes qui se privent ainsi des moyens d'adaptation aux évolutions du climat ou des modes de consommation.

Il dénonce tout autant une « tyrannie de l'œnologie ». C'est notamment le cas quand elle n'est à l'écoute que des sirènes des marchés et des effets de mode. « Le terrorisme du bois » qui a sévit il y a quelques années, la mode actuelle des vins « tout fruits » et la recherche de rondeur

systématique, ou encore l'exemple emblématique du Beaujolais nouveau qui a écarté toute une région de ses modes traditionnels d'élaboration... Marc Dubernet est aussi sévère envers une « œnologie qui outrepasserait ses fonctions ».

En conclusion, « terroir et œnologie doivent se comprendre, s'entendre » pour arriver à la qualité ultime des vins qui doit être recherchée. Et pour clore son intervention percutante, M. Dubernet a voulu rappeler que « les combats les plus meurtriers sont souvent menés par des couples qui doivent s'entendre mais qui ne s'entendent pas... » et d'appeler à la discrétion de l'œnologue qui doit rester derrière le vigneron.

2ème Partie :
Témoignages de professionnels.

Un plan B pour les vins du Languedoc-Roussillon ?
Jacques Berthomeau, célèbre bloggeur vinicole et auteur du rapport éponyme, apporte son regard critique.

A travers une intervention sous forme de chronique décalée, il a voulu remettre le consommateur au centre du sujet en essayant d'étendre la perspective. Selon lui "les gens du vin ont tendance à parler entre eux". Sans être pour ou contre la hiérarchisation, il a insisté sur la nécessité de communiquer au consommateur sur cette pyramide. Pour cela il pense qu'Internet peut être un des médias cruciaux. Jacques Berthomeau n'hésite pas à interpeller les vignerons « Qu'est-ce que nous voulons faire, pour quel type de consommateurs, dans quelle zone géographique ?" et de dénoncer leur sentiment d'infériorité chronique : "Qu'est ce que vous cherchez : être Bordeaux ? Pas besoin d'aller chercher des modèles ! Vous êtes le Languedoc !". Se servir de son passé pour communiquer, créer des liens quel que soit le type de production (AOP, IGP, VSIG) et répondre à des nouvelles attentes comme le respect de l'environnement : le Languedoc a les atouts d'une Californie à la française !

La vision d'un acteur impliqué historiquement.
Le deuxième témoignage a été celui de Paul Chebille, fondateur et directeur des caves coopératives du Languedoc depuis 1984.

Concernant le passage d'AOVDQS en AOC de certaines origines comme les Corbières, ou le Minervois, Paul Chebille dresse un constat sévère: les prix sont moins élevés que des vins de cépage IGP, les AOC génériques ont disparu des linéaires de magasins ou ne sont pas mis en-avant, la notoriété pour ces appellations est internationalement quasiment nulle et enfin les volumes de vente n'ont pas eu la progression espérée. Pour lui, le passage en AOC n'a rien apporté à ces produits insuffisamment soutenus par une politique de promotion collective.
Paul Chebille a également fustigé l'interdiction de production de vins rosés en AOP pour de nombreuses appellations dans les nouveaux cahiers des charges. A son avis, la démarche est dangereuse : "Des grands progrès ont été faits en rosé pour proposer des rosés originaux, différents et de qualité. En abandonnant des vins au niveau de prix intéressant on va perdre des marchés face à des vins chiliens ou espagnols." Pour Paul Chebille, la hiérarchisation ne doit pas se faire au détriment des acquis.

L'Agence ViniFera

9 rue Louis Courtois de Viçose – Bât A – Boîte 11– 31100 Toulouse
42 rue Faubourg du Temple – 75011 Paris
Tél : +33 (0)5 34 55 88 06 – Fax : + 33 (0)5 81 10 01 33

Hiérarchie ou anarchie, qu'en pensent les consommateurs ?

C'est à cette question un brin provocante que le meilleur sommelier du monde 1992 M. Philippe Faure-Brac a essayé de répondre.

Quels que soient les angles que l'on souhaite dans la hiérarchisation (prix, notoriété, terroir), Philippe Faure-Brac affirme que l'on doit avant tout apporter une réponse au consommateur et de s'attacher à cette philosophie : « On ne déguste pas dans le palais des autres ». La véritable anarchie serait celle des mauvais vins : "Pour vendre il faut faire bon, il faut y croire et ne plus attendre la providence". Dans cette perspective, Philippe Faure-Brac met la hiérarchie à un niveau secondaire. Les nouveaux outils de communication comme les smartphones offrent la possibilité d'apporter en temps réel l'information que souhaite le consommateur et ancrent plus que jamais le vin dans son univers culturel. C'est donc un message d'encouragement que Philippe Faure-Brac a adressé aux vignerons languedociens qui doivent avoir confiance en leurs atouts et : « Si la hiérarchie rime avec anarchie, il est possible de la faire rimer avec longue vie ! ».

Les terroirs du Monde.

Michel Chapoutier, en tant que négociant et vigneron, a apporté au débat sa longue expérience mondiale sur la recherche de grands terroirs.

« Le monde se meurt par manque d'imprudence ». C'est sur cette citation de Jacques Brel que Michel Chapoutier a trouvé l'élan pour construire sa réussite. Fervent défenseur de la hiérarchisation, il définit un vin AOC comme le reflet de son terroir. Michel Chapoutier nous offre alors un parallèle édifiant et parfaitement convaincant : si l'amateur de foot est capable de comprendre 5 divisions, pourquoi l'amateur de vin ne serait-il pas capable de comprendre 5 divisions dans la hiérarchie des vins ? Enfin, pour lui, l'appellation d'origine n'est pas un acquis social mais un devoir dont la clé de réussite est la passion !

Un grand cru sans appellation ?

Une journée technique sur les vins d'appellations languedociennes ne pouvait évidemment pas être complète sans le témoignage d'un des membres de la famille Guibert, propriétaire d'un des vins sans appellation les plus connus au monde : le Mas de Daumas Gassac.

A travers la saga de cette famille qui a choisit une terre d'accueil avant d'y trouver un grand terroir, Romain Guibert a rendu hommage à la recherche d'excellence qui a guidé son père et qu'il pose aujourd'hui comme principe fondateur de toute hiérarchisation. Romain Guibert met en garde contre des auto-proclamations de fait et milite pour une hiérarchisation hyper-rigoureuse et intransigeante. Seul le message de qualité peut éviter la confusion auprès du consommateur. Le chemin parcouru par Daumas Gassac est une parfaite illustration d'un processus de reconnaissance, d'abord par le marché, puis par le système de qualité des origines contrôlées. De vin de table, le vin de Daumas Gassac est passé en Vin de Pays, puis vin de Pays de l'Hérault jusqu'à à la récente consécration, rendue possible par la réforme des IGP, de la dénomination : « Saint-Guilhem le désert, Cité d'Aniane ». La hiérarchisation serait-elle finalement une conquête avant d'être une attribution ?

L'Agence ViniFera

9 rue Louis Courtois de Viçose – Bât A – Boîte 11– 31100 Toulouse
42 rue Faubourg du Temple – 75011 Paris
Tél : +33 (0)5 34 55 88 06 – Fax : + 33 (0)5 81 10 01 33

Conclusion

Coutumière des débats d'idées mais militante de solutions, Vino Latino peut se targuer d'avoir joué son rôle lors de cette 9ème journée technique. Jean Natoli l'a conclu justement : "Nous n'avons pas jeté de pavé dans la marre. Nous avons seulement jeté quelques graviers mais surtout ajouté une pierre à l'édifice de la pyramide qui reste ouverte". Car, en effet, les premières fondations d'une nouvelle pyramide Languedoc sont là. Le dénominateur commun des interventions n'est pas dans une remise en question de l'existence d'un cadre dont certains nouveaux pays producteurs veulent prendre le modèle. Mieux définir les objectifs, prendre en compte l'évolution des consommateurs, communiquer, expliquer… c'est une vision dynamique et évolutive de la hiérarchisation qui se dégage de ces débats. Si Olivier Nales de l'INAO décrétait « Laissons-la faire naturellement », c'est bien qu'elle est vraisemblablement l'aboutissement du travail de qualité fait par les vignerons plus qu'un « décret » porteur d'un miracle économique immédiat et illusoire.

L'association Vino Latino

Née de l'initiative en 1992 de trois laboratoires œnologiques du Languedoc-Roussillon (Rière, Dubernet et Œnoconseil), Vino Latino est aujourd'hui une association professionnelle qui regroupe 34 membres implantés dans la région méditerranéenne. Elle se veut un pôle de réflexion actif et engagé dans l'économie viticole régionale, et un réseau pluridisciplinaire efficace dont l'objectif est d'aider la filière à se professionnaliser. Parmi ses nombreuses activités, l'association organise chaque année une journée technique, qui attire près de 250 viticulteurs. La conférence 2012 était organisée par Natoli & Coe et le Laboratoire Œnoconseil (www.oenoconseil.fr). L'association mène également des travaux de recherche expérimentale et a notamment publié une étude sur les copeaux dans la Revue Française d'œnologie n°237. L'association dispose aujourd'hui d'un site internet que nous vous invitons à consulter : www.vinolatino.fr

Compte-rendu réalisé par l'Agence Vinifera => Demande d'informations complémentaires sur les interventions (voir contact ci-dessous)

Contact Vino Latino
Natoli & Coe et le Laboratoire OEnoconseil
38 Avenue de Grande Bretagne
66000 PERPIGNAN
Tél : 04 68 34 64 45 / Fax : 04 68 34 44 99
Email : contact@vinolatino.fr
www.vinolatino.fr

Contact presse :
L'Agence Vinifera
Victorine Crispel
Tel : +33 (0)6 09 84 97 14
Email : v.crispel@lagencevinifera.fr
42 rue Faubourg du Temple
75011 Paris